

УДК 338.48 : 658.01

М.М.ПОКОЛОДНА, канд. геогр. наук

Харківська національна академія міського господарства

РЕГІОНАЛЬНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У ТУРИЗМІ

Розглядаються питання формування дієздатної системи управління туристичною індустрією на регіональному рівні в Україні.

Масштаби та економічна ефективність функціонування туристської індустрії держави здебільшого залежать від органічного поєднання самоврядування та господарської діяльності суб'єктів туристської діяльності з одного боку та координаційно-управлінської діяльності на національно-галузевому та регіонально-галузевому рівнях з іншого. В Україні система державного управління туризмом за останні роки неодноразово перетерплювала координаційні зміни. Пройшовши шлях від Державного комітету по туризму, Комітету у справах молодіжної політики спорту та туризму, Державної туристичної адміністрації до Міністерства культури і туризму [1, 2]. На думку спеціалістів з управління такі зміни мають як позитивні, так і негативні наслідки. Систематичні реорганізації апарата національних органів управління є нормою життя. Мінливість забезпечує апарату адаптивність керованої системи управління, постійний приплив нових ідей і їхніх виконавців. Такий динамізм складу апарата підтримує його авангардні позиції й високу енергетику при розробці й здійсненні програм. Практика показує, що в органах управління, де подовгу не міняється структура й не обновляється кадровий склад апарата, менше управлінських новацій, повільніше проходження рішень. У той же час висока мінливість складу недоцільна по причині унеможливлення досягнення довгострокових, стратегічних завдань, раціоналізації та диверсифікації діяльності, формування завдань та налагодження дієвого механізму роботи на регіональному рівні. Таке положення справ ілюструє українські управлінські реалії в сфері туризму. На фоні позитивних національних зрушень таких як формування законодавчо-правових основ галузі, розробка державних програм розвитку туризму, представництво України на міжнародних туристських заходах та в міжнародних туристських організаціях регіони фактично відстають за високими темпами зміни національних стандартів управління, не встигають формуватися і відповідно не діють достатньо ефективно регіональні управлінські структурні підрозділи. Це ускладнює відносини між національним та мікрорівнем (окремі туристські підприємства) галузі, не враховуються відмінності та особливості організації регіональних туристичних ринків, що призводить до невиконання програмних рішень, неефективної рек-

ламної діяльності, нерационального використання туристичних ресурсів, дезорганізує міжгалузеву координацію, і загалом значно гальмує розвиток галузі. Все це обумовлює актуальність вирішення наукових і практичних питань регіонального менеджменту в туризмі.

Теоретичні та практичні аспекти менеджменту туризму викладені в роботах І.Т.Балабанова, М.М.Жукової, Н.І.Кабушкіна, В.А.Квартальнова, О.Д.Чудновського та ін. Здебільшого вони присвячуються управлінню окремим туристичним підприємством і лише в деяких висвітлюються питання інших рівнів організації та управління туризмом – регіональний, національний та міжнародний [6]. Слід зазначити, що найбільш недослідженим сегментом управління в туризмі як раз виступає регіональний рівень. Натомість, питання різних аспектів регіоналізації туристської діяльності достатньо активно досліджуються. Так, проблемам регіональної туристичної політики присвячуються роботи В.К.Євдокименко [4, 5]. Формування та функціонування ринку туристичних послуг детально викладено в працях О.О.Любіцевої. Дослідження потенціалу туристично-рекреаційних ресурсів регіонів України презентується у численних публікаціях О.О.Бейдика. Багато авторів досліджують окремі туристичні регіони (області) України: М.М.Блага, О.П.Дудкіна, В.І.Гетьман, В.І.Мацола, О.А.Марченко, С.П.Кузик, В.С.Грицевич, М.М.Покоloodна та ін.

Регіональний менеджмент – це галузь економічної науки, що займається вивченням економічних і соціальних факторів і явищ, які обумовлюють функціонування господарства регіонів, а також розробку форм і методів керування цим процесом.

Розглядаючи мету та організаційну структуру регіонального менеджменту в туризмі, слід вирішити декілька основних завдань, яким приділяється увага в даному дослідженні:

- категоризація регіонів;
- суб'єкти управління;
- мінімально необхідний обсяг вирішуваних завдань.

Аналіз категорій регіонів було проведено шляхом дослідження різних схем рекреаційно-туристичного районування України. В результаті однозначної підпорядкованості в таксономічних одиницях регіонів туризму не виявляється. Так, рекреаційний регіон в різних роботах подається або як останній (найкрупніший) туристичний таксон, або як одна з проміжних ланок таксонометричного туристичного ланцюга. Мають місце також і різні характеристики, за якими виділяються туристичні регіони: допустима кількість відпочиваючих, кількість наявних місць, межі природних територій, адміністративні межі, розміри і деякі

інші. Усе це свідчить про те, що будь-яке районування не є абсолютним і закінченим. Процеси освоєння нових районів і зміни в староосвоєних районах, а також деякі динамічні фактори (геополітична обстановка, мода, кон'юнктура, соціально-культурні зміни тощо), безумовно, ведуть до перебудови рекреаційно-туристичних мереж. Усе частіше стали з'являтися роботи, у яких в поняття регіон ототожнюється з адміністративно-територіальною одиницею. Так, в Росії прийнято розподіл території на туристські економічні райони і зони потенційного розвитку туризму федерального значення, яке покладено в основу цільової федеральної програми. В Україні – це адміністративна область і таких прикладів багато (вони були наведені вище). Такий підхід був цілком виправданим до недавнього часу, оскільки регулювання та фінансування туризму велося в розрізі адміністративного поділу. Однак, на нашу думку, він не є доцільним з точки зору подальшого ефективного розвитку галузі, що викликано певними змінами в туристичній індустрії. По-перше, змінився процес вибору туристом подорожі. На відміну від трьохсхідчатої схеми пошуку: держава-регіон-засіб розміщення, сучасний споживач в залежності від мотивації, інформованості, попереднього досвіду, прихильності до певного типу відпочинку зупиняє свій вибір на одному з приведених рівнів. Частіше над усе це є саме регіональний рівень, що витікає із другого фактору регіоналізації турринку – формування пакету туристичних пропозицій. Тобто кожна рекреаційна територія для стабільного функціонування повинна мати певну спеціалізацію на окремих видах туризму та типах відпочинку. Для сталого розвитку галузі таких видів повинно бути декілька, крім того вони формуються таким чином, щоб підтримувати стабільний туристичний попит протягом всього року долаючи фактор сезонності. Для вирішення цієї задачі необхідні достатньо великі за розмірами та різноманітні за природними умовами території – регіони (наприклад, Крим активно позиціонується як регіон не тільки літнього, але й зимового відпочинку). І тоді використання адміністративного поділу унеможлиблюється оскільки адміністративні кордони роз'єднують цілісні і “об'єднують” фактично не пов'язані одну з іншою туристичні території. Третій фактор – маркетинг, який вже давно став невід'ємною частиною туристської індустрії. Проста інформаційна реклама більше не привертає увагу споживача. Потрібен цілий комплекс професійних дій для здійснення продуманої кампанії по просуванню туристичних послуг. Зважаючи на значний обсяг фінансових і кадрових ресурсів, необхідних для таких заходів, вони стають реальними для здійснення достатньо великими та стабільним туристичним підприємствам або окремим туристичним територіям – регіонам. (Вдалим прикладом по-

зиціонування та просування окремого туристичного регіону є Анталія, за даними Міністерства культури і туризму Туреччини рекламний бюджет цього регіону за 2003-2005 рр. становить близько 80 млн. дол.). В рекомендаціях Всесвітньої Туристської Організації вказані заходи щодо диференціації іміджевої політики кожної держави, у визначенні її окремих історико-культурних та природних регіонів, як найбільш актуальний засіб розвитку туризму. Зростає значення регіональної політики як важливого важеля державного регулювання соціально-економічного розвитку регіонів, у тому числі регіональної політики розвитку туризму. З цього приводу четвертим фактором і одночасно функцією регіонального управління є представництво і захист інтересів на національному та міжнародному рівнях. П'ятим фактором регіоналізації туризму, характерним для всього світу, є розукрупнення старих рекреаційно-туристичних районів, що пов'язане з виникненням нових туристських центрів, зміною пріоритетів відпочиваючих при виборі місць відпочинку, появою нових видів туризму, а також певним послабленням інтересу до так званих традиційних туристських центрів. Однак для України він не є основним оскільки до недавнього часу вона залишалася для більшості туристів *terra incognita*.

В Україні процес туристської регіоналізації знаходиться на високій стадії розвитку. Фактично можна казати про сформованість таких регіонів як Кримський, Карпатський, Одеський, м.Києва, Святогірський та деяких інших. Як було зазначено раніше, чіткої таксономії для туристських регіонів не спостерігається. Фактично регіонами зараз виступають і окремі міста, і природні області, і адміністративно-територіальні одиниці, туристичні центри сформовані навколо одного високоатрактивного об'єкту. На наш погляд така туристична регіональна різнорангова система галузі і є найбільш дієздатна, і вже зараз доказує свою функціональну спроможність. Безумовно, такий підхід створює певні труднощі в координації управлінської діяльності, хоча з точки зору придатності певних територій для розвитку туризму він цілком вірний. Так, не вся територія держави або окремої адміністративної одиниці однаково придатна і має достатньо можливостей для розвитку туризму. Програми створені для окремих адміністративних одиниць, а сформовані в них завдання носять або занадто загальний характер і відповідно не спричиняють реальних перетворень, або носять точковий цільовий характер, підтримуючи цим ідею регіоналізації туризму.

Суб'єктами управління на регіональному рівні на паритетних основах повинні стати: керівники та висококваліфіковані фахівці суб'єктів туристичної діяльності, керівники та висококваліфіковані

фахівці інших підприємств та організацій що надають характерні та супутні туристичні послуги і діють на території певного регіону, представники урядових органів управління, представники органів місцевого самоуправління, представники громадських організацій, профільних освітніх та наукових установ. Саме такий перелік фахівців та практиків туристичної галузі в змозі кваліфіковано здійснювати регіональне управління. На відміну від запропонованої ідеї регіональної туристичної корпорації цей орган повинен бути державним регіональним представництвом служби туризму і курортів і підпорядковуватися Міністерству культури і туризму України [3, 7].

До мінімально необхідного обсягу вирішуваних завдань входять:

- розробка та виконання регіональної туристичної політики;
- представництво і захист інтересів туристичного регіону;
- забезпечення здійснення внутрігалузевої кооперації;
- здійснення заходів, спрямованих на створення сприятливих умов для розвитку галузі та оптимальних умов функціонування регіональних суб'єктів туристичного ринку та інших підприємств та організацій, що надають характерні та супутні туристичні послуг;
- збір, обробка та аналіз статистичної звітності;
- створення туристичного іміджу регіону та просування регіонального турпродукту на національний та міжнародний турринок;
- створення сприятливого інвестиційного клімату в туристичній галузі регіону;
- забезпечення раціонального використання та охорони туристичних ресурсів регіону;
- створення програм та планування подальших перспектив розвитку туристичного регіону, розробка відповідних дій, заходів та необхідного обсягу фінансування та їх джерел на прогностичний період.

Таким чином, можна констатувати, що в Україні активно формується новітній рівень в організації туристичної галузі, а відповідно виникає необхідність створення дієвого механізму управління ним. Це питання є особливо актуальним в світлі побудови структури Державної служби туризму і курортів. Запропонована модель удосконалення організаційної структури управління, заснованої на використанні регіонального підходу, має як переваги, так і недоліки і, безумовно, потребує подальшого дослідження щодо розробки уніфікованих критеріїв для визначення певної території туристичним регіоном, структурних підрозділів, фінансування та ін.

1. Положення про Міністерство культури і туризму України: Указ Президента України №1688/2005.

2. Положення про державну службу туризму і курортів: Постанова Кабінету Міні-

стрів України від 13 лютого 2006 р. №132.

3.Винниченко І. Регіональна туристична корпорація як дієвий важіль піднесення вітчизняної туріндустрії (Концептуальна схема організації, управління та функціонування). Туристично-краєзнавчі дослідження // Матеріали III Всеукр. наук.-практ. конф. «Туризм в Україні: економіка та культура» (Світязь, 9-10 вересня 1998 р.). Вип.1. У 2-х ч. Ч.1. – К.: КМ-Трейдінг, 1998. – С.137-142.

4.Євдокименко В.К. Регіональна політика розвитку туризму (методологія формування, практика реалізації): Автореф. дис. ... д-ра екон. наук: 08.10.02. – Львів, 1997. – 51 с.

5.Євдокименко В.К. Регіональні фактори розвитку туризму. Туристично-краєзнавчі дослідження // Матеріали III Всеукр. наук.-практ. конф. «Туризм в Україні: економіка та культура» (Світязь, 9-10 вересня 1998 р.). Вип.1. У 2-х ч. Ч.1. – К.: КМ-Трейдінг, 1998. – С.19-28.

6.Менеджмент туризма: основы менеджмента. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 352 с.

7.Пархоменко А.М. Управление туристическим комплексом на уровне региона (Концепция создания и функционирования региональной туристической корпорации). Туристично-краєзнавчі дослідження // Матеріали III Всеукр. наук.-практ. конф. „Туризм в Україні: економіка та культура” (Світязь, 9-10 вересня 1998 р.). Вип.1. У 2-х ч. Ч.1. – К.: КМ-Трейдінг, 1998. – С.126-136.

Отримано 16.02.2006

УДК 338.48

І.Б.АНДРЕНКО, канд. екон. наук

Харьковская национальная академия городского хозяйства

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ И РАЗВИТИЯ ИНСЕНТИВ-ТУРИЗМА

Раскрываются особенности и мировой опыт организации инсентив-туризма для оценки перспективности его развития в Украине и разработки рекомендаций по его развитию. Рассматривается современная структура делового туризма, выявлено место и роль инсентив-туризма. Раскрыта сущность инсентив-туризма, его история и современные тенденции развития. Проанализирована география инсентив-туризма. Выявлены основные требования к инсентив-поездкам и особенности формирования и организации инсентив-туров.

В настоящее время одним из наиболее перспективных видов туризма является деловой туризм (Business Travel), которому уделяется все большее внимание в отечественной и зарубежной научной и специализированной литературе. И это не удивительно, ведь прогнозируется, что к 2020 г. объем деловых поездок в мире возрастет в 3 раза – с 564 млн. долл. в год до 1,6 млрд. долл., а доходность отрасли в целом увеличится в 5 раз – с 399 млрд. до 2 трлн. долл. [6]

Современные исследования посвящены основным тенденциям развития делового туризма, его классификации, но особенности организации и перспективы развития в Украине отдельных составляющих делового туризма, например, инсентив-туризма, еще не исследованы.